知识管理论坛 ISSN 2095-5472 CN11-6036/C
Knowledge Management Forum

E-mail: kmf@mail.las.ac.cn
http://www.kmf.ac.cn

【学术探索】

国外政务社交媒体：研究现状、热点与演进趋势

刘焕 宋苗
西安交通大学新闻与新媒体学院 西安 710049

摘要：[**目的 / 意义**] 旨在实现对国外政务社交媒体研究的全景式认知，推动国内政务社交媒体研究和治理实践的发展。[**方法 / 过程**] 基于 2000-2020 年 Web of Science 核心合集，运用 Cite Space V 可视化知识网络分析工具和文献计量法，定量分析国外政务社交媒体的研究现状、热点和演进趋势。[**结果 / 结论**] 研究热点具体表现为：政务社交媒体采纳的影响因素（学习最佳实践、竞争、领导授权、公众压力）和使用策略（推动策略、拉拢策略、建立互动网络策略等）；政务社交媒体的使用效果（政府透明、政府信任度、公众参与、政府创新）；政务社交媒体面临的问题、机遇与挑战（信息安全、数字鸿沟、政府信任度低等）。演进趋势为：政务社交媒体实现了从发展电子政务到公众参与的大飞跃。最后，基于国外政务社交媒体的研究，给出了我国政务社交媒体研究的启示。

关键词：政务社交媒体　政务新媒体　可视化分析　文献计量法
分类号：G211
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2020.033

引用格式：刘焕，宋苗．国外政务社交媒体：研究现状、热点与演进趋势 [J/OL]. 知识管理论坛，2020, 5(6): 349-362[引用日期]. http://www.kmf.ac.cn/p/229/.

1 引言

随着社交媒体的兴起，世界各国政府越来越多地应用社交媒体来管理公共事务和处理重大突发事件等。《2018 年联合国电子政务调查报告》以“发展电子政务，向可持续和韧性社会转型”为主题，对各国电子政务发展指数、在线服务移动化、数字鸿沟、网络安全、电子政务对前沿技术的应用等进行了分析；2018 年提供在线支付服务的国家，服务覆盖面和可用性提高到了 47%，随着全球智能手机用户数量的增长，政府公共服务呈现出电子化和移动化的趋势[1]，政务社交媒体已经成为各国地方政府电子政务的热点应用。由此看来，政

基金项目：本文系国家社会科学基金青年项目“政务新媒体运行绩效的影响机制与改进策略研究”（项目编号：18CXW003）研究成果之一。
作者简介：刘焕（ORCID：0000-0003-1548-4864），副教授，博士，E-mail：liuhuan2017@xjtu.edu.cn；宋苗（ORCID：0000-0002-8279-0960），硕士研究生。
收稿日期：2020-09-16　　发表日期：2020-12-26　　本文责任编辑：刘远颖

务社交媒体已然成为提高政府透明度、增进地方政府与公众的互动沟通和增加公民信任的重要工具[2]，体现了国家治理中的公众协作（collaboration）[3]；而公众对完全透明政府的期望，政务社交媒体制度的完善程度，政务社交媒体运行效率、效果和影响的测量则是各国地方政府面临的重大挑战[4]。

实践中，美国的政务社交媒体发展较早，并针对发展过程中遇到的问题制定了相应的规范性文件和措施。学界中，国外政务媒体的研究已受到传播学、政治学、公共管理学、社会学等交叉学科学者的关注，当前国内学者对国外政务社交媒体的研究述评多集中在社交媒体运行策略[5]、政务社交媒体用户信息获取影响因素[6]、社交媒体个人数据资源的多边市场竞争研究[7]等单一视角，鲜有针对国外政务社交媒体研究整体状况的系统分析。因此，亟需梳理和研究国外政务社交媒体研究的研究基础、热点议题与演进趋势，进而形成对国外社交媒体研究的全景式认知，为推动国内政务社交媒体研究和治理实践奠定基础。

2 国外政务社交媒体研究现状分析

本次研究基于 Web of Science 核心合集，检索时间是 2020 年 9 月 30 日，以“social media in government” “facebook” “twitter”为主题词进行检索，文献类型设定为 Article，时间跨度为 2000-2020 年，研究领域框定在 COMMUNICATION、INFORMATION SCIENCE LIBRARY SCIENCE、POLITICAL SCIENCE、SOCIOLOGY、SOCIAL SCIENCES INTERDISCIPLINARY、PUBLIC ADMINISTRATION 等领域，共获取 1 886 条文献。同时，对检索到的文献数据进行除重和整理，依据的标准是文献类型选择期刊文章、文献来源数据库单一，最终获取 1 425 条文献。

2.1 文献年代分布

国外关于政务社交媒体研究的载文数量在近 20 年呈现出稳步上升态势（见图 1）。2000-2008 年，国外政务社交媒体研究处于波动上升阶段，其原因可能是，自 2001 年起，联合国开始启动电子政务调查，每两年出版一次调查报告，报告以电子政府发展指数（EGDI）为依据，从在线服务的可用性、通信基础设施和人力资本 3 个方面进行评估；电子政府实践的发展和 Twitter、Facebook 和 YouTube 等社交媒体的诞生，逐渐引起学界诸多学者的关注。2009-2014 年，国外政务社交媒体研究出现了稳步上升的趋势，

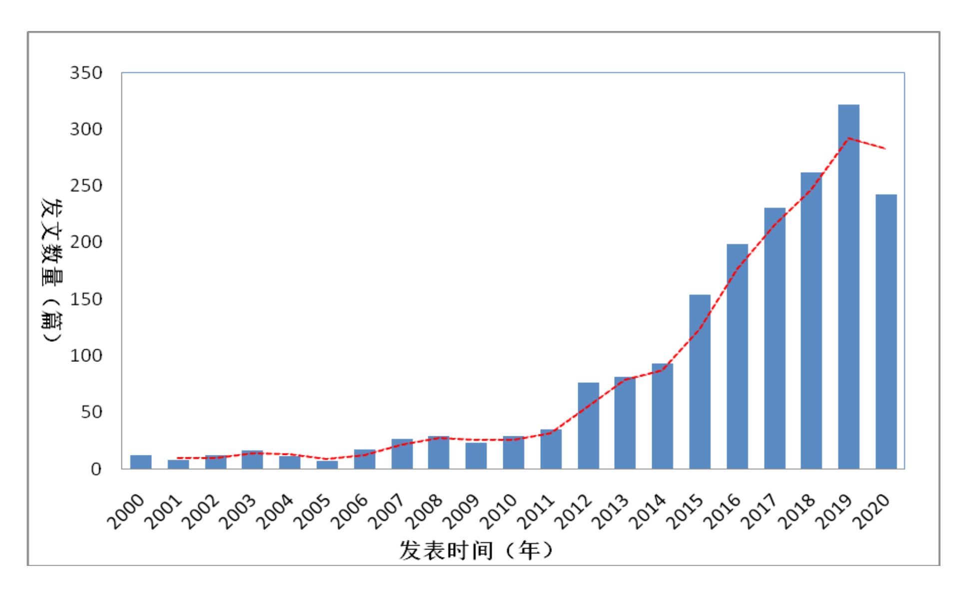


图 1 研究文献的年代分布与数量

知识管理论坛，2020(6):349-362
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2020.033

可能因为，2009 年美国政府数据门户网站 data.gov 的上线与《开放政府指导意见》的出台标志着数据公开政策框架的大体形成，而社交媒体是政府数据公开的重要载体和便于公众查询的渠道，世界范围内其他国家的地方政府亦开始采纳社交媒体，但在使用过程中问题逐渐凸显，引起更多学者关注政务社交媒体的使用效果。2015 年至今，国外政务社交媒体研究处于爆发式增长阶段，可能因为，随着使用社交媒体的公众数呈数量级式地增长，社交媒体改变了当前世界的政治生态和舆论格局，很大程度上影响着公众对政府的信任程度、社会稳定和政府治理行为，引起诸多学者关注政务社交媒体对网络舆论的治理及其对公众参与的影响。

2.2 共被引期刊分布

政务社交媒体研究的国际期刊共被引网络见图 2。表 1 为在政务社交媒体领域共被引频次前 10 名的国际期刊，其中多数期刊都是传播学、信息科学与图书馆学、政治学和公共管理领域顶尖的国际期刊，这说明传播学、信息科学与图书馆学、政治学和公共管理领域的相关理论和研究方法是支撑政务社交媒体研究的重要基础。

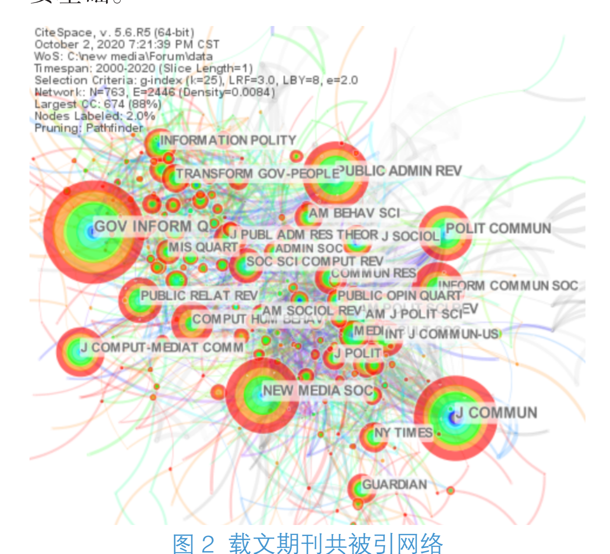


图 2 载文期刊共被引网络

表 1 共被引频次前 10 名的国际期刊

排名	期刊名称	共被引频次
1	*Government Information Quarterly*（《政府信息季刊》）	306
2	*Journal of Communication*（《传播季刊》）	262
3	*New Media & Society* （《新媒体与社会》）	225
4	*Public Administration Review*（《公共行政评论》）	216
5	*Political Communication*（《政治传播》）	195
6	*American Political Science Review*（《美国政治学评论》）	182
7	*Information Communication & Society*（《信息传播与社会》）	174
8	*Journal of Computer-Mediated Communication*（《计算机媒介传播学报》）	158
9	*Public Relations Review*（《公共关系评论》）	134
10	*Computers in Human Behavior*（《计算机与人类行为》）	133

表 1 中共被引频次排名第一的《政府信息季刊》是信息科学与图书馆学领域一区的顶尖期刊，排名第二、第三的分别是《传播季刊》《新媒体与社会》，均为来自传播学领域一区的顶尖期刊，排名第四的《公共行政评论》是公共管理领域一区排名第一的顶尖期刊，排名第五的《政治传播》既是传播学领域一区又是政治学领域一区的顶尖期刊，排名第六的《美国政治学评论》是政治学领域一区的顶尖期刊，排名第七的《信息传播

与社会》既是传播学领域一区又是社会学领域一区的顶尖期刊，排名第八的《计算机媒介传播学报》既是传播领域一区又是信息科学与图书馆学领域一区的顶尖期刊，排名第九的《公共关系评论》既是传播学领域二区又是商学领域三区的国际期刊，排名第十的《计算机与人类行为》是心理学领域一区的顶尖期刊。总体上，国外政务社交媒体的研究集中在传播学、信息科学与图书馆学两大学科，政治学、公共管理、社会学、心理学和商学等领域也从不同角度开展了深入研究。

2.3 研究机构与国家合作分析

从科研机构的合作网络（见图 3）来看，澳大利亚的墨尔本大学（The University of Melbourne）、莫纳什大学（Monash of University）等，美国的德克萨斯大学圣安东尼奥分校（University of Texas San Antonio）、亚利桑那州立大学（Arizona State University）、锡拉丘兹大学（Syracuse University）、马里兰大学（University of Maryland）、伊利诺伊大学（University of Illinois）等，中国的上海交通大学（Shanghai Jiao Tong University）、香港中文大学（Chinese University of Hong Kong）等是主要的科研合作机构。从国家 / 地区合作网络（见图 4）来看，美国、澳大利亚、中国、加拿大、韩国和俄罗斯是主要的合作国家。

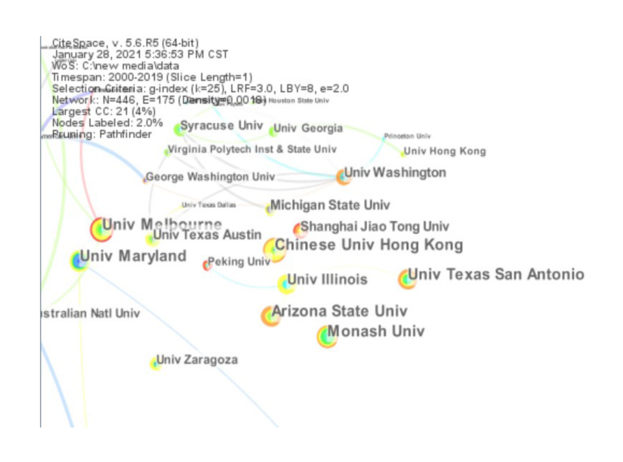


图 3 研究机构合作网络



图 4 国家 / 地区合作网络

3 研究基础

研究基础是由共被引文献集合组成的，具有相对稳定性，有助于发现研究发展的脉络。运用 Cite Space V 软件对 1 425 条有效文献进行分析，其中 Node Type 选择 Reference，经聚类后形成共被引文献的网络聚类图谱（见图 5）。

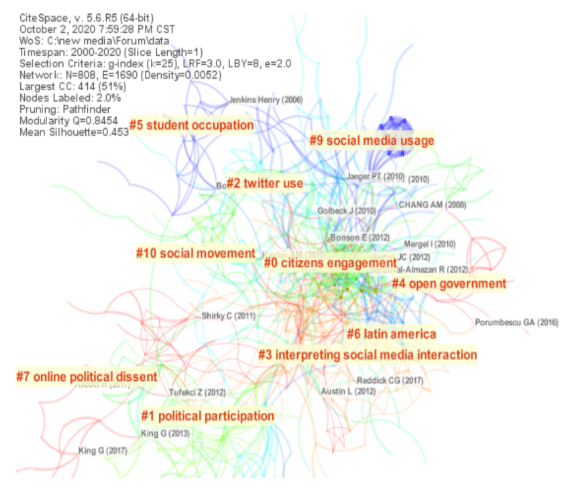


图 5 共被引文献网络聚类（LLR）

同时，整理出 2000-2020 年间，政务社交媒体研究领域共被引频次排名前 10 的文献、篇名、被引频次、作者及文献发表的时间（见表 2）。共被引频次最多的文献是 J. C. Bertot 等 2010 年在 *Government Information Quarterly* 上发表的 *Using ICTs to create a culture of transparency: e-government and social media as openness and*

DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2020.033

anti-corruption tools for societies 一文，该研究认为信息和通信技术是促进公开透明和减少腐败的重要手段，尤其是电子政府和社交媒体对透明文化有着潜在重要影响，即可通过电子政府和社交媒体的发展来建设透明文化，进而减少腐败 [8]。

表 2　共被引频次排名前 10 的文献

排名	篇名	频次	作者	时间
1	*Using ICTs to create a culture of transparency: e-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies*	107	J. C. Bertot, P. T. Jaeger, J. M. Grimes	2010
2	*Local e-government 2.0: social media and corporate transparency in municipalities*	99	E. Bonsón, L. Torres, S. Royo, F. Floresc	2012
3	*From e-government to we-government: defining a typology for citizen coproduction in the age of social media*	90	L. Dennis	2012
4	*The impact of polices on government social media usage: issues, challenges, and recommendations*	85	J. C. Bertot, P. T. Jaeger, Derek H.	2012
5	*Social media adoption and resulting tactics in the U.S. federal government*	66	I. Mergel	2013
6	*Connecting citizens and local governments? social media and interactivity in major U.S. cities*	63	K. Mossberger, W. Yonghong, J. Crawford	2013
7	*Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media*	63	A. M. Kaplan, M. Haenlein	2010
8	*Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector*	61	S. Picazo-Vela, I. Gutiérrez-Martínez, L. F. Luna-Reyes	2012
9	*Government innovation through social media*	59	J. I. Criado, R. Sandoval-Almazan, J. R. Gil-Garcia	2013
10	*Social media use by government: from the routine to the critical*	56	A. L. Kavanaugh, E. A. Fox, et.al.	2012

共被引频次排名第二的是 E. Bonsón 等 2012 年在 *Government Information Quarterly* 发表的 *Local e-government 2.0: social media and corporate transparency in municipalities* 一文，该研究认为地方政府使用社交媒体在增强公共实体部门的交互性、透明性、公开性和建立新形式问责机制的过程中发挥了重要作用，提高政府透明度和促进公民参与是提高公众对政府信任的一种治理方式；但欧盟地方政府使用 Web 2.0 技术和社交媒体并非依赖于公众需求和公共管理风格，而是依赖其电子政府发展程度；未来地方政府应更多依赖公众需求去开发和使用政务社交媒体，以开启公众（企业）与政府的真正对话和提高公众对政府的信任 [9]。

共被引频次排名第三的是 D. Linders 2012 年在 *Government Information Quarterly* 发表的 *From e-government to we-government: defining a typology for citizen coproduction in the age of social media* 一文，该研究认为社交媒体时代的公民合作生产作为一种新的政策选择使得公民在提供公共服务方面扮演合作伙伴而非顾客的角色，促使政府在公共服务供给过程中承担筹划者、主办者、动员者、监督者和保障措施提供者的角色；社交媒体的快速发展促使“一种新的社会契约”的出现，在这种契约中，社会更加信任并赋予公众权利，让公众在政府运作过程中发挥更积极的作用；在新的制度安排中，政府将继续提供规则、平台、准入，而公民和社区将承担更多责任，以争取更多的发言权 [10]。

共被引排名第四的是 J. C. Bertot 等 2012 年在 *Government Information Quarterly* 发表的 *The impact of polices on government social media usage: issues, challenges, and recommendations* 一文，该研究认为政府机构越来越多地使用社交媒体与公众沟通交流，一方面可以更好地提供政府服务，征求公众意见，改进政府决策和解

决实际问题，另一方面由于公众和政府机构对社交媒体的迅速采用已经超出了与信息相关的监管框架，由此带来了隐私、安全、数据管理、可访问性、社会包容性、治理和其他信息政策问题相关的新挑战；促进政府与公众之间的沟通、提高社交媒体的可访问性和包容性、保护用户隐私安全、规范数据归档、提高政府信任和公共决策效率、制定社交媒体使用政策等方面是未来政府使用社交媒体必须关注的重要问题[11]。

共被引频次排名第五的是 I. Mergel 2013 年在 *Government Information Quarterly* 发表的 *Social media adoption and resulting tactics in the U.S. federal government* 一文，该研究通过对社交媒体主管的定性访谈发现影响政务社交媒体采纳的内部影响因素有：非正式伙伴网络中的最佳实践（与同行的积极互动）、对公共和私营部门（具有高度创新性）最佳实践的被动观察、“市场驱动”的公民行为（市民使用社交媒体的情况）、牵头部门制定法规等，由此产生的使用策略包括：推动策略（push tactic，开通多个社交媒体，活跃于各个社交媒体空间，仅是简单地将政府官网上的信息迁移到社交媒体上）、拉拢策略（pull tactic，保持社交媒体的参与度，公众需要以自然的对话方式与政府互动，而不是政府在没有提供互动渠道的情况下，单方面地以报告等形式向公众推送信息）、建立互动沟通网络策略（networking tactic，允许政府吸收公众在社交媒体上围绕某一问题的有见解的评论和意见等）[12]。

共被引频次排名第六的文献认为政府可以通过社交媒体的对话改善与公众的互动，但地方政府使用社交媒体仍然以“推动策略”为主导，与市民对话的开放程度亟需提高[13]。共被引频次排名第七的文献基于人们对社交媒体概念理解存在的局限，给出了“社交媒体”的概念、分类及公司使用社交媒体的相关建议[14]，之所以共被引频次较高，是因为该文献较早地对社交媒体的概念进行了较为全面的厘清。共被引频次排名第八的文献指出政府使用社交媒体能够改善沟通和公民参与，提高透明度，并在政府机构之间推广最佳实践；要实现这些利益和规避风险，必须有良好的实施策略；社交媒体的应用实践凸显了更新信息法律法规、推动政府文化和组织实践变革的重要性[15]。共被引频次排名第九的文献指出政务社交媒体正成为全球电子政务研究和实践的主要趋势之一，并分析了社交媒体对政府信息流和政府信息的可用性、提供创新的政务服务、改善政府与公民之间关系的重要影响[16]。共被引频次排名第十的文献指出政府部门的应急管理人员可以利用社交媒体提供的信息资源来监测和响应与公共安全有关的问题，即通过社交媒体数据流监测重大事件发生后公众情绪的变化，以便及时响应和处理紧急情况[17]。

总之，上述共被引文献分别从政务社交媒体使用的“影响因素”（同级地方政府的学习与竞争、上级政府授权、公众的压力等），政务社交媒体的“过程特点”（非正式网络的形成、政府 - 公民合作与相互作用等），政务社交媒体的“使用效果”（提高公民政治参与、改善公共关系、促进政府部门创新）等视角开展深入探析，为后续研究夯实了理论基础。

4 研究热点与演进趋势

4.1 研究热点的可视化呈现

4.1.1 政务社交媒体研究的主要议题（Major Topics）分析

运用 CiteSpace+Carrot2 将 2000-2020 年国外政务社交媒体的文献进行聚类和可视化分析（见图 6），政务社交媒体研究的泡沫树可视化分析呈现出以下研究议题。首先，处于核心位置的议题是公民与政府（citizens and governments），环绕其周围的相关议题是公众沟通（public communication）、社会参与（social participation）、发展社交媒体（developing social media）、政治用途（political uses）、治理网络（governance networks）、研究与实践（research and practice）。

知识管理论坛，2020(6):349-362
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2020.033

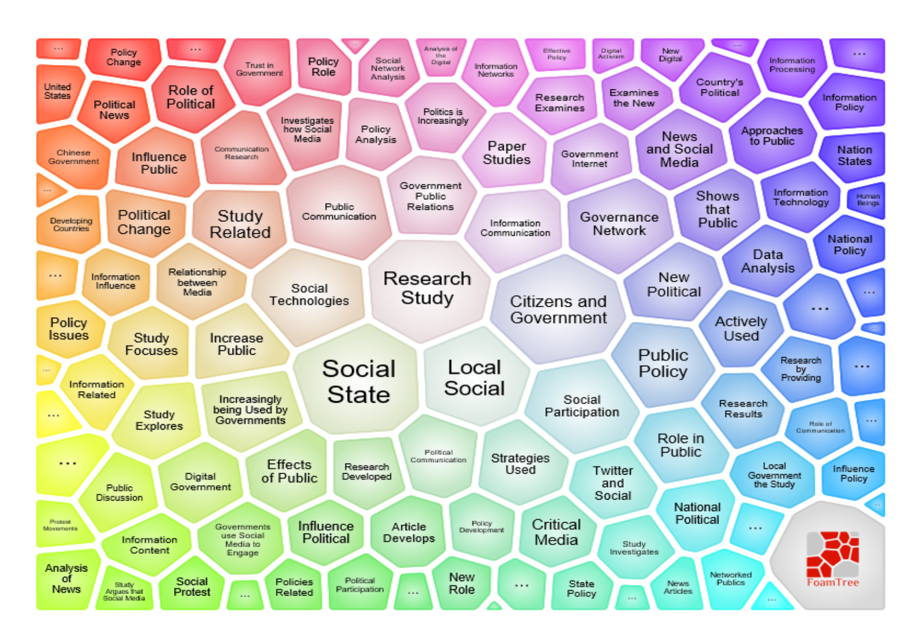


图 6 国外政务社交媒体研究的泡沫树可视化图谱

其次，部分议题提到政务社交媒体采纳的影响因素。外部影响因素的主要研究聚类有：信息技术（information technology）、信息模式（information model）、信息内容（information content）、信息实践（information practices）、媒体报道（media reports）、新沟通方式（new communications）、告知公众（inform the public）、社会管理（social management）等。这是因为，信息技术的发展推动了信息传播渠道的变革和社交媒体的迅速发展，社交媒体成为政府和公众之间的新沟通方式，政府需要通过采纳社交媒体以更好地向公众传递信息和回应公众诉求，进而实现有序的社会管理。内部影响因素的主要研究聚类有：积极参与（active participation）、国家政策（national policy），解释的逻辑是积极与其他使用社交媒体的互动、遵循国家社交媒体的相关政策是影响政务社交媒体采纳的内部影响因素。

再者，较多研究议题涉及政务社交媒体对公众参与的影响。主要研究聚类有：政府使用社交媒体促进参与（governments use social media to engage）、政治变迁（political change）、政策变迁（policy change）、政治沟通（political communication）、媒体与公共关系（media and public relations）、公众问题（issue publics）、公众回应（public response）、影响公众（effect on public）、公众参与（public participation）、主动参与(active participation)、公民参与(citizens engagement）等。这是因为，政府使用社交媒体会带来政治变迁、政策变迁和公共关系等的变革，进而改变政府与公众之间的政治沟通方式；政府通过社交媒体传递的信息和及时回应公众关切的公共问题，会影响公众主动参与公共决策过程的政治参与行为。

最后，较多议题涉及政府使用社交媒体面临的风险与挑战。主要的研究聚类的有：风险感知(risk perceptions)、有效风险管理(effective risk）、个案研究（case study research）等。解释的逻辑是，信息技术的飞速发展使得公众使用社交媒体更加便捷，部分学者通过个案研究发现政府使用社交媒体在拓宽公众需求诉诸渠道的同时亦会受到“黑客”“水军”等冲击，会在很大程度上导致网络舆情偏差和影响社会稳定，进而损害政府公信力；上述风险地方政府已经充分感知到，但仍缺乏有效管理社交媒体风险的能力。

4.1.2 国外政务社交媒体研究的关键词共现分析

表 3 是根据分析结果整理的排名前 20 的高频关键词，在一定程度上反映了政务社交媒体研究领域的热点。其中“社交媒体”出现频次为 418 次，“媒体”出现频次为 166 次，“政府”“互联网”“沟通(传播)”“信息”“推特”“参与”出现频次达到 90 次以上，其中“媒体”和“沟通(传播)”的中心度均高达 0.15，这说明两者在政务社交媒体研究中具有重要地位。

表 3 排名前 20 的高频关键词及中心度

排名	关键词	频次	中心度	排名	关键词	频次	中心度
1	social media	418	0.01	11	technology	73	0.02
2	media	166	0.15	12	impact	70	0.03
3	internet	128	0.04	13	trust	65	0.05
4	government	104	0.03	14	news	61	0.09
5	participation	95	0.03	15	e-government	59	0.01
6	twitter	95	0.01	16	democracy	51	0.02
7	communication	92	0.15	17	management	50	0.04
8	information	91	0.03	18	online	46	0.01
9	politics	73	0.07	19	China	44	0.05
10	facebook	73	0.02	20	transparency	43	0.01

政务社交媒体研究领域的关键词共现分析(见图 7)，对图 7 的关键词共现分析图谱进行聚类后，文献会被划分到不同的聚类中，通过施引文献的标题(Title)提取名词性术语对聚类进行命名(见图 8)，网络模块化的值 Modularity Q=0.517 5>0.3，说明网络聚类得到网络社团结构是显著的，Mean Silhouette=0.418 9，说明聚类内部的同质性合理，即聚类结果是合理的。

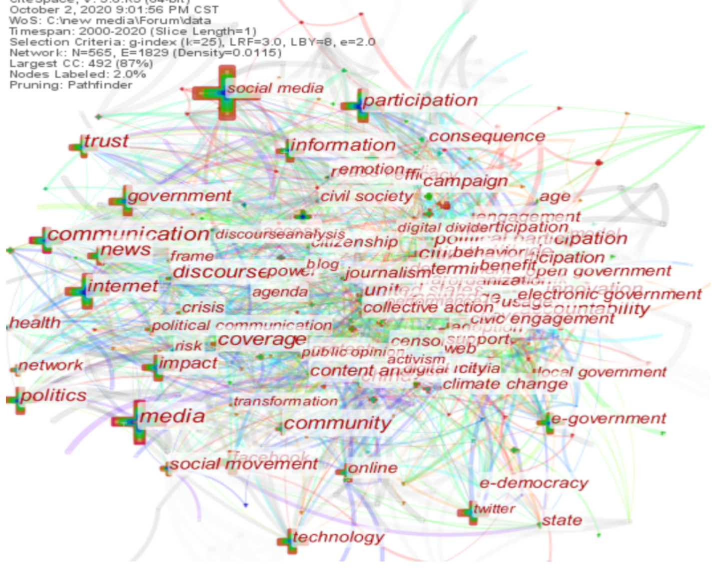


图 7 关键词共现分析图谱

知识管理论坛，2020(6):349–362
DOI：10.13266/j.issn.2095–5472.2020.033

基于此，本文结合政务社交媒体的主要议题分析、关键词共现分析网络聚类结果及高共被引作者的研究成果，归纳总结了国外政务社交媒体研究的三大热点研究主题。

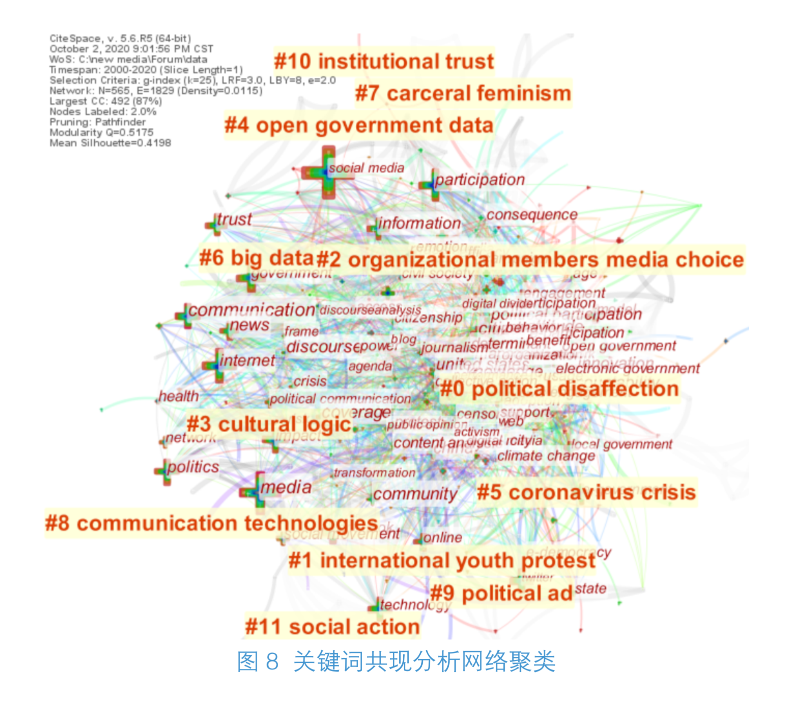


图 8　关键词共现分析网络聚类

4.2 研究热点的结果分析

4.2.1 政务社交媒体采纳的影响因素和使用策略

该研究主题的高频关键词（频次）有：social media（418）、government（104）、internet（128）、twitter（95）、facebook（73）、technology（73）等。涉及的研究聚类有：聚类6（big data）大数据、聚类8（communication technologies）传播技术等。由此可见，互联网和信息技术的迅速发展推动了社交媒体（Twitter、Facebook）等的采纳和应用，加速了政府与公众之间沟通的渠道和媒介话语的转变。从中选取重要的节点文献分析如下：

组织策略、能力、治理特征和外部压力均会影响社交媒体的被采纳和使用[18]。电子政务发展水平、人口规模、公民收入水平和债务水平对地方政府采纳社交媒体有着重要影响[19]。市场驱动、政府组织的制度安排是影响政府对社交媒体采纳[20]的重要因素。政府使用社交媒体的策略存在“趋同现象”，情境因素和路径依赖因素会导致政府使用社交媒体策略存在差异[21]。推动策略（push tactic）仅是简单地将政府官网上的信息迁移到政务新媒体上，但可通过拉拢策略（pull tactic）和互动策略（networking tactic）积极地拉拢公众参与和建立互动沟通网络，亦可通过事务型策略（transactional tactic）提供在线“政务服务”、反馈和解决社区问题等来增加公众对政府的信任[22]，如美国联邦政府公共事务机构以拉拢策略为主，亦有部门将不同策略交叉使用[12]。

4.2.2 政务社交媒体采纳对公众参与的影响

该研究主题的高频关键词（频次）有politics（73）、impact（70）、internet（128）、e-government（73）等。涉及的研究聚类有：聚类0（political disaffection）政治不满、聚类9（political ad）政治广告、聚类3（cultural logic）文化逻辑。从中选取重要的节点文献分析如下：

社交媒体已然成为重塑政府与公民关系的强大工具，能够提高公民参与的程度[15]。基于对话传播理论视角，强调利益相关者使用社交

媒体的重要性，研究发现地方政府通过社交媒体的对话策略（对话循环、有用信息和回访）能够显著促进公民参与[23-24]。市长作为 Twitter 网络中政府和公众之间沟通的桥梁和枢纽，减少了市长、政府官员和公民之间的信息不对称，有助于提高地方政府的回应能力[25]，进而提高公众参与的热情。社交媒体平台上的象征性行动与传统的政治参与形式之间的关系，表明上层的“公民文化”参与和下层“懒人行动主义”之间存在二元关系[26]。社交媒体为公民提供了参与公共事务的灵活渠道，促进政府向开放治理过渡[27]，促进了政府与公众之间的良性沟通。

4.2.3 政务社交媒体的效果

该研究主题的高频关键词（频次）有：transparency（43）、trust（65）、China（44）等。涉及的研究聚类有：聚类 6（open government data）政府开放数据、聚类 10（institutional trust）制度信任、聚类 11（social action）社会行动、聚类 5（coronavirus crisis）新型冠状病毒危机等，政府社交媒体在新型冠状病毒危机中起到了非常重要的信息发布和沟通的作用。从中选取重要的节点文献分析如下：

政府网站利用率低[28]，以自上而下的方式单向地向公众宣传其服务和行动，较少关注与公众的互动[29]，地方政府的政务社交媒体发布的大部分内容都是民主信息，几乎一半的信息都涉及象征性和表现性的信息交换和政治表态，而缺乏对公众关切问题的发布和回应[30]。在信息披露的过程中，官员逃避责任的动机远远大于实现公共利益的动机，导致部分地方政府官员在社交媒体中的“不作为”现象时有发生[31]。利益相关者较少使用社交媒体，而“旁观者”却偏好利用所有可用的社交媒体来获得影响力，导致舆情偏离事实真相，这对在社交媒体中构建传统的公共领域提出了挑战[32]。政务社交媒体缺乏用户视角的互动导致其同质性和两极化特征明显，难以有效促进公众参与社会管理工作[33]，导致地方政府与公民参与合作不力的主要因素有互联网普及范围小、数字素养偏低和数字鸿沟的存在[34]。

领导关注度和支持度低、缺乏专业的政务社交媒体管理结构、缺乏专业运营社交媒体的人员、缺乏资金和技能、缺乏横向协作、封闭和害怕风险的文化、信息安全保护措施不足是导致政务社交媒体运行绩效低下的主要因素；数字鸿沟、黑客和水军、政府信任度低、内部技术替代能力强等是政府使用社交媒体未来面临的重要挑战[35]。

4.3 演进趋势

政务社交媒体的演进趋势利用 Cite Space V 软件中的探索膨胀词的算法，通过文章的题目、摘要和关键词来探索主题词词频的时间分布，将频次出现频率高的词探测出，依据词频随时间变化的趋势来确定其演进趋势。

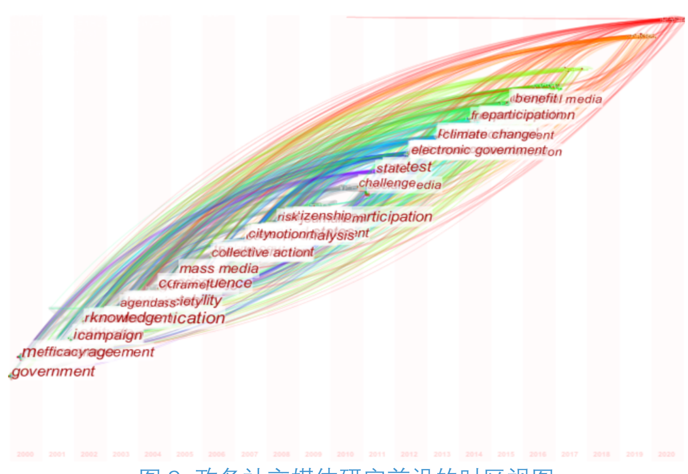


图 9 政务社交媒体研究前沿的时区视图

知识管理论坛，2020(6):349-362
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2020.033

Top 40 Keywords with the Strongest Citation Bursts

Keywords	Year	Strength	Begin	End	2000 - 2020
media	2000	5.5197	**2003**	2010	
coverage	2000	3.5885	**2004**	2006	
mass media	2000	5.4844	**2005**	2012	
public opinion	2000	3.1243	**2006**	2007	
community	2000	3.6215	**2007**	2010	
politics	2000	4.9191	**2007**	2012	
city	2000	3.1785	**2007**	2014	
risk	2000	4.5165	**2008**	2015	
internet	2000	4.7977	**2011**	2014	
social movement	2000	4.5892	**2011**	2012	
policy	2000	6.3854	**2011**	2013	
electronic government	2000	3.9258	**2012**	2013	
web	2000	3.4331	**2012**	2015	
web 20	2000	3.367	**2012**	2016	
social change	2000	3.1495	**2012**	2015	
public sphere	2000	3.4268	**2016**	2017	
governance	2000	3.3747	**2016**	2020	

图 10 被引用频次较高的突发词

由图 9，按照时间顺序，依次有 communication technology（沟通技术）、political participation（政治参与）、new media（新媒体）、government policy（政府政策）、public opinion（公共舆论）、citizen participation（公民参与）等膨胀词。由图 10，按时间先后顺序出现的被引用频次较高的突发词有 public opinion（公共舆论）、electronic government（电子政府）、public sphere（公共空间）、social movement（社会运动）、governance（治理）等。

上述膨胀词和突发词的出现和出现时间的分布，均较为系统地反映了 2000-2020 年间，政务社交媒体研究的发展脉络和演进趋势，以及政务新媒体的实践应用与当前研究热点之间的密切关系。近 20 年来，政务社交媒体实现了从发展电子政务到公众参与的大飞跃，在这期间，各国政府大力发展社交媒体，强化公民（政治）参与，重点关注和回应社交媒体上对重大事件的公共舆论，加强政府与公众间的有效沟通和相互信任，最终逐步实现高效政府、服务政府和开放政府的目标。

5 结语与研究启示

本文运用 Cite Space V 软件对 Web of Science 核心合集中 2000-2020 年政务社交媒体研究领域的 1 425 篇文献进行描述和可视化分析，分析了国外政务社交媒体研究的现状，挖掘了政务社交媒体的研究基础，凝练了国外政务社交媒体研究的热点和演进趋势。具体研究发现：①研究现状。近 5 年该领域的研究文献数量呈现出爆发式增长的趋势，研究热度持续升高。②研究基础。包括政务社交媒体使用的“影响因素”（同级地方政府的学习与竞争、上级领导授权、公众压力等）、政务社交媒体的“过程特点”（非正式网络的形成、政府 - 公民合作与相互作用等）、政务社交媒体的“使用效果”（提高公民政治参与、改善公共关系、促进政府部门创新）。③研究热点。第一，政务社交媒体采纳的影响因素（学习最佳实践、竞争、领导授权、公众压力等）和使用策略（推动策略、拉拢策略、建立互动网络策略等）；第二，政府使用社交媒体对公众参与的影响（政府透明→政府信任度→公众参与）；第三，政

务社交媒体面临的问题、机遇与挑战（信息安全、数字鸿沟、政府信任度低等）。④演进趋势。政务社交媒体实现了从发展电子政务到公众参与的大飞跃。

本文对我国政务社交媒体研究的重要启示有：

首先，国外政务社交媒体研究的热点之一是“政务社交媒体采纳的影响因素”，主要研究了学习最佳实践、外部压力（竞争）、领导授权、市场驱动（公民使用社交媒体的状况）、政府组织的制度安排等对政务社交媒体采纳的影响。针对我国的特殊国情，开展政务社交媒体研究时需要关注公众需求（提升政务服务水平）、地方政府的行为特征（创新、政治表态等）等因素对政务社交媒体采纳的影响。现有对政务社交媒体采纳的研究，更多的是关注“政府”主体的采纳及其影响因素，但其采纳之后持续使用意愿和使用行为才是决定政务社交媒体使用效果的重要因素，即对政务社交媒体传播效果的评估是未来我国政务社交媒体研究应关注的方向。

其次，国外政务社交媒体研究的热点之二是“政务社交媒体对公众参与的影响”，研究发现，政府使用社交媒体会影响公众的价值观念、政府信任度、参与公共政策的制定与实施；重点剖析国外政务社交媒体对公众参与的特殊举措与影响机制，对提升我国政务社交媒体实践治理水平具有重要的借鉴意义。公众作为主体，采纳和使用政务社交媒体是促进公众参与的重要前提条件，考察公众使用政务社交媒体的影响因素是未来应关注的重点。

最后，国外政务社交媒体研究的热点之三是“政务社交媒体存在的问题与面临的挑战”，重点通过案例研究发现，政务社交媒体存在的主要问题有信息安全、数字鸿沟、利用率低、运行效果和影响的测量不准确等问题。针对我国实际情况，在公共危机事件中，政府部门工作人员，应关注如何运用政务社交媒体更好地进行舆论引导；在融媒体快速发展的时代背景下，政务社交媒体如何更好地发挥作用应是未来研究关注的焦点问题。同时，应不断完善政务社交媒体运行效果的评价机制和问责机制，以提高公众对政府的信任度、公众参与公共事务的热情以及政务社交媒体的运行效果。

参考文献：

[1] 刘琼，彭丹萍，刘安一凡 . 2018 联合国电子政务调查报告提出这五大关键词 [EB/OL]. [2020-05-25]. http: //www.yidianzixun.com/article/0JndsfwX. 2018.

[2] MERGEL I. A framework for interpreting social media interactions in the public sector [J]. Government information quarterly, 2013(30): 327-334.

[3] PANAGIOTOPOULOS P, BIGDELI A Z, SAMS S. Citizen–government collaboration on social media: the case of Twitter in the 2011 riots in England [J]. Government information quarterly, 2014, 31(3): 349-357.

[4] MERGEL I. The social media innovation challenge in the public sector [J]. Information polity, 2012, 17(3/4): 281-292.

[5] 吴云，胡广伟 . 政务社交媒体研究进展 [J]. 电子政务，2013(5): 42-50.

[6] 谢丽娜 . 政务社交媒体中用户信息获取影响因素研究述评 [J]. 图书情报工作，2015, 59(19): 113-121.

[7] 黄磊，赵延东，梅亮 . 社交媒体个人数据资源的多边市场竞争研究——基于 k 核凝聚子网的实证解析 [J]. 软科学，2019,33(6): 1-7.

[8] BERTOT J C, JAEGER P T, GRIMES J M. Using ICTs to create a culture of transparency: e-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies [J]. Government information quarterly,2010, 27(3): 264-271.

[9] BONSÓN E, TORRES L, ROYO S, et al. Local e-government 2.0: social media and corporate transparency in municipalities [J]. Government information quarterly, 2012, 29(2): 123-132.

[10] LINDERS D. From E-government to We-government: defining a typology for citizen coproduction in the age of social media [J]. Government information quarterly, 2012, 29(4): 446-454.

[11] BERTOT J C, JAEGER P T, HANSEN D. The impact of polices on government social media usage: issues, challenges, and recommendations [J]. Government information quarterly, 2012, 29(1): 30-40.

[12] MERGEL I. Social media adoption and resulting tactics in the U.S. Federal Government [J]. Government information

ChinaXiv合作期刊
知识管理论坛，2020(6):349–362
DOI：10.13266/j.issn.2095–5472.2020.033

quarterly, 2013, 30(2): 123-130.
[13] MOSSBERGER K, WU Y, CRAWFORD J. Connecting citizens and local governments? social media and interactivity in major U.S. cities [J]. Government information quarterly, 2013, 30(4): 351-358.
[14] KAPLAN A M, HAENLEIN M. Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media [J]. Business horizons, 2010, 53(1): 59-68.
[15] PICAZO-VELA S, GUTIÉRREZ-MARTÍNEZ I, LUNA-REYES L F. Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector [J]. Government information quarterly, 2012, 29(4): 504-511.
[16] CRIADO J I, SANDOVAL-ALMAZAN R, GIL-GARCIA J R. Government innovation through social media [J]. Government information quarterly, 2013, 30(4): 319-326.
[17] KAVANAUGH A L, FOX E A, SHEETZ S D, et al. Social media use by government: from the routine to the critical [J]. Government information quarterly, 2012, 29(4): 480-491.
[18] SEUNGAHN NAH G D S. Modeling the adoption and use of social media by nonprofit organizations [J]. New media & society, 2012, 15(2): 294-313.
[19] GUILLAMÓN M, RÍOS A, GESUELE B, et al. Factors influencing social media use in local governments: the case of Italy and Spain [J]. Government information quarterly, 2016, 33(3): 460-471.
[20] PICAZO-VELA S, FERNANDEZ-HADDAD M, LUNA-REYES L F. Opening the black box: developing strategies to use social media in government [J]. Government information quarterly, 2016, 33(4): 693-704.
[21] MEIJER A, THAENS M. Social media strategies: understanding the differences between North American Police Departments [J]. Government information quarterly, 2013, 30(4): 343-350.
[22] MERGEL I, GREEVES B. Social media in the public sector field guide: designing and implementing strategies and policies [M]. San Francisco:CA, John Wiley & Sons, 2012.
[23] GÁLVEZ-RODRÍGUEZ M D M, SÁEZ-MARTÍN A, GARCÍA-TABUYO M, et al. Exploring dialogic strategies in social media for fostering citizens' interactions with Latin American Local Governments [J]. Public relations review, 2018, 44(2): 265-276.
[24] ALEJANDRO SÁEZ MARTÍN, ARTURO HARO De ROSARIO. Using Twitter for dialogic communication: local government strategies in the European Union [J]. Local government studies, 2015, 41(3): 421-444.
[25] EOM S, HWANG H, KIM J H. Can social media increase government responsiveness? a case study of Seoul, Korea [J]. Government information quarterly, 2018, 35(1): 109-122.
[26] PENNEY J. Social media and symbolic action: exploring participation in the Facebook Red Equal Sign Profile Picture Campaign [J]. Journal of computer - mediated communication, 2015, 20(1): 52-66.
[27] KARAKIZA M. The impact of social media in the public sector [J]. Procedia - social and behavioral sciences, 2015, 175: 384-392.
[28] WANG F. Explaining the low utilization of government websites: using a grounded theory approach [J]. Government information quarterly, 2014, 31(4): 610-621.
[29] LAPPAS G, TRIANTAFILLIDOU A, DELIGIAOURI A, et al. Facebook content strategies and citizens' online engagement: the case of Greek local governments [J]. The review of socionetwork strategies, 2018, 12(1): 1-20.
[30] DEPAULA N, DINCELLI E, HARRISON T M. Toward a Typology of government social media communication: democratic goals, symbolic acts and self-presentation [J]. Government information quarterly, 2018, 35(1): 98-108.
[31] CHOI J M. Factors influencing public officials' responses to requests for information disclosure [J]. Government information quarterly, 2018, 35(1): 30-42.
[32] MARIUS ROHDE JOHANNESSEN, ØYSTEIN Sæbø, LEIF SKIFTENES FLAK. Social media as public sphere: a stakeholder perspective [J]. Transforming government: people, process and policy, 2016, 10(2): 212-238.
[33] MEDAGLIA R, ZHU D. Public deliberation on government-managed social media: a study on Weibo users in China [J]. Government information quarterly, 2017, 34(3): 533-544.
[34] FALCO E, KLEINHANS R. Beyond technology: identifying local government challenges for using digital platforms for citizen engagement [J]. International journal of information management, 2018, 40:17-20.
[35] ZHENG L. Social media in Chinese government: drivers, challenges and capabilities [J]. Government information quarterly, 2013, 30(4): 369-376.

作者贡献说明：

刘焕：负责文献数据收集和分析，论文整体框架设计和内容撰写；

宋苗：负责重要参考文献的述评撰写，论文格式的修改。

Foreign Government Social Media: Research Status, Hot Topics and Evolution Trend

Liu Huan Song Miao

School of Journalism and New Media, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049

Abstract: [Purpose/significance] Realizing the panoramic cognition of foreign government social media is helpful to promote the development of domestic government social media research and governance practice. **[Method/process]** Based on Web of Science core database (2000-2020), this paper applied the bibliometric method and the visualized knowledge network analysis tool Cite Space V to make a quantitative analysis of foreign government social media knowledge base, hot topic and evolution trend. **[Result/conclusion]** The hot topics are shown as follows: the knowledge base of research on foreign government social, mainly including the determinants of the adoption of government social media (learning best practice, competition, leadership authorization, public pressure, etc.) and the use strategies (push tactics, pull tactics, network tactics, etc.); the effectiveness of the government's using of social media (government transparency, government trust, public participation, government innovation); problems, opportunities and challenges of government social media (information security, digital divide, low government trust, etc.). Evolution trend: government social media has achieved a great leap from the development of e-government to citizen participation. Finally, based on the study of foreign government social media, the enlightenment of domestic government social media research was given.

Keywords: government social media government new media visualization analysis bibliometric analysis